



Beurstraverse Rotterdam

Wegens succes verlengd

**Wethouder
Mark Harbers
van Rotterdam**

In 1996 zetten Multi Vastgoed en gemeente Rotterdam ter hoogte van de befaamde Coolingsingel een nieuwe winkelstraat op: de Beurstraverse, ook wel liefkozend Koopgoot genoemd. Dertien jaar later geldt dit project als een van de meest succesvolle binnenstadsoperaties van Nederland. De Beurstraverse gaf Rotterdam logistieke logica. En passant gaf de Beurstraverse Rotterdam nieuwe spirit. Eind 2007 maakte gemeente Rotterdam bekend dat er een vervolg op dit succes komt: een tweede Beurstraverse. Kosten: 300 miljoen. Beoogd resultaat: een verbinding van de Lijnbaan, het Binnenwegplein en de huidige Koopgoot. De verwachtingen in de o10-scene zijn hooggespannen. 'Dankzij Beurstraverse zagen bezoekers dat Rotterdam ook hartstikke leuk, hip en sexy kan zijn.' Wat staat Rotterdam met een tweede Koopgoot dan wel niet te wachten?

'De Beurstraverse is on-Nederlands mooi.' Is getekend Mark Harbers, wethouder economie, haven en milieu in Rotterdam. Iedereen lijkt het eens te zijn: de Beurstraverse klopt. Een vervolg op dit succes doet daarom geen wenkbrauwen fronsen. Shopping Centre News blikte met wethouder Harbers terug op de eerste Beurstraverse en kijkt vooruit naar de tweede.

Weet u wat Rotterdam destijds van de Beurstraverse-ontwikkeling verwachtte?

'Een nieuwe impuls voor de binnenstad. Er was geen aansluiting tussen de warenhuizen en het winkelgebied rond de Lijnbaan. Dit laatste is - in combi-

natie met het metrostation - uiteindelijk de kracht van het project geworden. Het aardige is dat de upgradering van de Beurstraverse niet planmatig begonnen is, maar met losse ontwikkelingen, zoals de verbouwing van de c&a.'

Heeft de Beurstraverse inderdaad gebracht wat Rotterdam verwachtte?

'Jazeker! Het is nu de prachtige kern van het winkelgebied. Ik ben hier nog steeds trots op. Verder is het een logisch startpunt van de binnenstad. De Beurstraverse is ook een van de eerste gebieden in Nederland waar de buitenruimte schoon blijft, dankzij financiële hulp van de ondernemers uit het gebied. Komende tijd zullen wij ons verder inspannen om de bezoekersstroom ook nog verder richting de Laurenskerk te trekken; wij hebben nog meer magneten nodig om de mensen deze kant op te trekken.'

Anno 2009 zijn er weer uitbreidingsplannen? Waarom?

'Voor een deel is dat het verbeteren van die bezoekersstroom richting het Laurenskwartier. Daarnaast wil Rotterdam een tweede Koopgoot (plan Rem Koolhaas) om de looproute logischer te maken. Wij missen nu nog een aantal dingen voor een logische looproute.

Sowieso moet een winkelgebied eens in de zoveel tijd vernieuwen. En als er gloednieuwe ontwikkelingen komen, kunnen bestaande gebieden ook vernieuwen, updaten.

Maar voor alle duidelijkheid: er komt geen vernieuwing omdat de Beurstraverse niet goed functioneert. Nee, de

Beurstraverse kunnen wij niet meer missen.'

Is het winkelaspect belangrijk in de profilering van Rotterdam?

'Ja. Rotterdam wil zich de komende jaren verder onderscheiden in haar voorzieningenaanbod. Om zo meer bewoners, bedrijven en bezoekers naar Rotterdam te trekken, die vaker en langer blijven om te genieten van shopping, leisure en cultuur. Dat doen we enerzijds door in te zetten op een aantrekkelijk en divers winkelaanbod en daarnaast op een binnenstad met een uniek karakter dat zich onderscheidt door uitstraling en multifunctionaliteit.'

Neemt u dit winkelaspect mee in de citymarketing?

'Ja. In 2009 investeren wij tien miljoen in de aankleding van de buitenruimte, met nieuw straatmeubilair en dergelijke. En ook de komende jaren blijven wij hierin investeren.'

Is de Beurstraverse duurzaam opgezet?

'Het bestaat al ruim 12 jaar. Als je er langs loopt, ziet het er nog heel mooi uit. Het wordt dan ook goed schoongehouden en er is tijdens de bouw duurzaam materiaal gebruikt.'

Hoe was de samenwerking met Multi Vastgoed?

'Goed. De samenwerking ging verder dan alleen de ontwikkeling van het vastgoed. Multi heeft ervoor gezorgd

> LEES VERDER OP PAGINA 98

dat er bedrijven kwamen, die het gebied schoon en op kwaliteit willen houden; bedrijven die hiervoor ook willen meebetalen.'

Wat zijn de reacties op de Beurstraverse?

'Mensen vinden het mooi. Het ziet er ook leuk uit. Op een drukke dag kun je hier dan ook over de hoofden lopen. De Beurstraverse introduceerde in de beginjaren ook een aantal nieuwe winkelformules, zoals Zara. Momenteel heeft de Beurstraverse echter weinig vernieuwende formules. Als er elders meer ruimte komt, kan de Beurstraverse misschien weer vernieuwende winkels lanceren; die formules geven jou aan dit gebied.'

Heeft u ook harde cijfers over het functioneren van de Beurstraverse?

'De binnenstad als geheel is in omzet van 1994 tot 2004 van 600 miljoen naar 936 miljoen gegroeid. Het winkelopervlak is tussen 1994 en 2008 van 145.000 m² naar 180.000 m² gegaan. Hierin heeft 1996 een grote rol gespeeld; Rotterdam lanceerde toen drie projecten: de Beurstraverse, het metrostation onder de Beurstraverse en de Erasmusbrug. Deze projecten creëerden een olievlekwerking. Ineens zagen de bezoekers dat Rotterdam ook hartstikke leuk, hip en sexy kan zijn.'

Wat vindt uzelf de charme van Beurstraverse?

'Het is iets wat je nergens anders in Nederland ziet; het mooie natuursteen doet haast Italiaans aan.'

Tot slot, hoe ziet u de nabije toekomst in vastgoedland?

'Anno 2009 zullen alle vastgoedprojecten kritischer bekeken worden. In Rotterdam zijn wij echter hoopvol. Er staan bij ons twee grote projecten op stapel: de tweede Koopgoot en de verbouwing van het oude postkantoor. Deze projecten krijgen zeker een vervolg. Misschien zal het proces ietsje trager verlopen, maar het zijn zulke unieke projecten, daar komt wel schot in.'

'Toen het ontwikkeld werd dacht ik: daar wil ik zitten.'

Vóór de realisatie van de Beurstraverse (NRW Jaarprijs 1997) was het kernwinkelgebied van Rotterdam Centrum in twee delen gesplitst. De consument moest eigenlijk kiezen tussen de Bijenkorf-kant of die van V&D. De Coolsingel was een moeilijk te nemen barrière en dat maakte dat winkelen niet echt gezellig was.

Peter Muller zit met zijn Expo-winkel al sinds de opening in de Beurstraverse (of op z'n Rotterdams 'Koopgoot'). Voordien had hij nog geen winkel in Rotterdam, maar toen hij kennis nam van de ontwikkelingsplannen dacht hij meteen 'Daar wil ik zitten...'. In zijn ogen was dit een plan dat eigenlijk niet fout kon gaan. 'Ik heb geen enkel belang in of bij Multi, maar echt, ze hebben dit op briljante wijze gedaan en zonder enige concessie uitgevoerd. De Beurstraverse is dan ook een regelrecht succes,' zegt Muller, die tevens voorzitter is van de ondernemersvereniging Beursplein.

Hij is overigens ook van mening dat een aantal afgeleide projectonderdelen niet helemaal gelukt zijn, maar 'daar heeft Multi dan ook concessies moeten doen.'

TOEKOMST Ofschoon Muller dus ronduit van een succes spreekt, maakt hij zich toch wel zorgen over de toekomst. 'Als zelfstandig ondernemer is het op een plek als dit bijna niet vol te houden. Ik doel daarbij op de huurprijzen die gevraagd worden. Die prijzen worden niet bepaald door het aantal kopende klanten, maar door vraag en aanbod van winkelruimte. En ook in een crisis zoals die nu gaande is -met teruglopende bezoekersaantallen in vrijwel alle winkelgebieden in Nederland- wordt de huur niet naar beneden bijgesteld. Het feit dat steeds meer en vaker de bordjes 'Sale' op de gevel prijken is echt niet uit luxe!'

Muller maakt zich in het algemeen zorgen over 'binnenstads-shopping'. 'Gemeenten proberen de auto uit de binnenstad te weren en wat doe je dan als consument als je dat ene jurkje ook op acht andere locaties elders in de stad kan kopen? Dan doe je niet ingewikkeld en ga je naar een winkelcentrum in de periferie...'

Ondanks deze zorg vindt Muller de Beurstraverse nog steeds een sterk concept. 'De consument die in het centrum winkelt komt eigen-

lijk altijd twee keer door de Koopgoot. En voor veel consumenten is het een bestemming op zich zelf. We doen er ook veel aan om die positie te behouden. Zo dragen wij uit dat we een veilige en schone winkelomgeving zijn. Iedere ochtend wordt er tot in de kleinste hoekjes schoongemaakt.'

Helaas gaat daar wel een flink deel van het beschikbare budget naar toe, zodat er voor activiteiten minder overblijft. 'Toch hebben we hier spraakmakende mode-events en ook een fotowedstrijd in samenwerking met het fotomuseum. Wij willen onze consument laten ervaren dat dit een bijzonder stukje Rotterdam is. Als de consument hier is, willen wij een 'beleving' bieden.'

MANAGEMENT Ofschoon de Beurstraverse niet overdekt of afgesloten is, wordt het winkelgebied toch als een winkelcentrum gemanaged. 'De straat is publiek bezit en dat maakt het wat lastig, maar het management is toch vergelijkbaar met dat van een Zuidplein of Alexandrium I. Via beheerder Actys hebben wij hier een centrummanager.'

De Beurstraverse pas naadloos bij het imago van Rotterdam, maar het imago als winkelstad is volgens Muller nog niet helemaal wat het wezen moet: 'Met name mensen van wat verder weg weten niet dat het hier geweldig winkelen is of denken zelfs dat het helemaal niks is. Daar moet dan ook aan gewerkt worden en de ondernemersfederatie (de overkoepelende organisatie boven een aantal ondernemersverenigingen: red.) doet er alles aan om meer bezoekers naar de stad te krijgen. Zo proberen we samen met de gemeente met name het einde van de dag leuker te maken, zodat de mensen langer blijven.'

Een kans is ook het nieuwe centraal station en de komst van de internationale sneltrein Thalys. Nu alleen nog de mensen vóór Amsterdam eruit zien te krijgen....'